

BAB 4

SIMPULAN

4.1. Simpulan

Dalam industri ritel, telah terdapat sejumlah peritel yang menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR). Bentuk program CSR yang diterapkan oleh peritel mencakup kepedulian peritel yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan. Landasan hukum penerapan CSR oleh peritel didasarkan pada Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu Pasal 74, di mana setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk menerapkan *corporate social responsibility* (CSR).

Peritel yang menerapkan CSR memiliki keunggulan bersaing yang disebabkan karena penerapan CSR tersebut. Sumber keunggulan bersaing yang disebabkan karena penerapan CSR diantaranya adalah: reputasi yang positif, kepercayaan konsumen yang semakin meningkat, persepsi etika ritel yang tinggi, dan mampu menciptakan persepsi *price fairness* yang tinggi. Berbagai keunggulan bersaing yang disebabkan oleh penerapan CSR tersebut bisa menjadi daya tarik bagi konsumen sehingga tetap memilih mengunjungi peritel bersangkutan dibandingkan dengan peritel lainnya.

4.2. Saran

Berdasarkan pada simpulan di atas, saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya peritel yang telah menerapkan CSR berusaha untuk bisa mendapatkan penghargaan internasional berkaitan dengan tanggung jawab lingkungan yaitu penghargaan ISO 26000. “ISO 26000 provides

guidance on how businesses and organizations can operate in a socially responsible way. This means acting in an ethical and transparent way that contributes to the health and welfare of society” (<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>). ISO 26000 adalah penghargaan atas penerapan CSR sehingga ketika peritel telah mendapatkan penghargaan tersebut maka telah terdapat pengakuan kinerja CSR secara internasional sehingga mendapatkan kepercayaan masyarakat dan akan meningkatkan reputasi peritel.

2. Untuk peritel kecil yang belum memiliki anggaran program CSR dalam jumlah besar, sebaiknya membangun komunitas bersama peritel sehingga memiliki sejumlah anggaran untuk menerapkan program CSR. Anggaran dana untuk program CSR bisa disesuaikan dengan kemampuan finansial peritel sehingga tidak memberatkan keuangan usaha.
3. Terciptanya keunggulan bersaing dari penerapan CSR oleh peritel sebaiknya bukan menjadi motivasi dari penerapan program CSR tetapi motivasi utama CSR sebaiknya lebih didasarkan pada unsur kemanusiaan. Sedangkan sumber keunggulan bersaing yang tercipta dari penerapan CSR dianggap saja sebagai dampak positif dari penerapan CSR, karena ketika peritel mampu termotivasi dalam menerapkan CSR karena faktor kemanusiaan maka program CSR tersebut bukan sebagai kegiatan promosi perusahaan namun ikhlas dilakukan oleh peritel terhadap lingkungan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Ailawadi, Kusum L., Y. Jackie Luan, Scott A. Neslin, dan Gail A. Taylor, 2011, The Impact of Retailers' Corporate Social Responsibility on Price Fairness Perceptions and Loyalty, *Academy of Management Review*, 26 (1), 1–38.
- ALFAMART Meraih SUPERBRANDS AWARD 2012, 2013,
<http://www.alfamartku.com/en/berita/alfamart-meraih-superbrands-award-2012.html> (diakses tanggal 2 november 2013)
- Ambadar, J.. 2007. *CSR Dalam Praktik di Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Banerjee M dan N Banerjee, 2005, An empirical study on factors influencing consumers' trust in E-tailers – evidence from India. *Strategic Management Journal*, 15(2), 46-61.
- Berman, B. dan J. R. Evans (2001), *Retail Management: a strategic approach* (8th ed.) Upper saddle River: Pretice Hall International, Inc.
- Bisnis Ritel Hadapi Kondisi Sulit Tahun 2013, 2013,
<http://swa.co.id/business-strategy/management/bisnis-ritel-hadapi-kondisi-sulit-tahun-2013> (diakses tanggal 28 agustus 2013)
- Brand Switching Analysis dalam Industri Ritel Modern, 2013,
<http://www.marketing.co.id/brand-switching-analysis-dalam-industri-ritel-modern/> (diakses tanggal 28 agustus 2013)
- Carrefour received the CCIFA CSR prize 2012, 2013,
<http://www.fondation-carrefour.org/content/carrefour-received-ccifa-csr-prize-2012> (diakses tanggal 2 november 2013)

- Cătoi I, DM Vrânceanu, dan A Filip, 2010, Setting Fair Prices;
Fundamental Principle of Sustaninable marketing.
Amfiteatru Economic. Vol XII • No. 27 • February 2010
- Chirani E dan PNS Pour, 2012, *Competitive Advantage: Models and Challenges in respect of Iranian's Firms*. Science Road Publishing Corporation. Trends in Social Science ISSN: 2251-967X
- Filho. JMs, LSO Wanderley, CP Gómez, dan F Farache, 2010. *Strategic Corporate Social Responsibility Management for Competitive Advantage*. <http://www.anpad.org.br/bar>. BAR, Curitiba, v. 7, n. 3, art. 5, pp. 294-309, July/Sept. 2010
- Flatt SJ dan SJ. Kowalczyk, 2011, Corporate Reputation Persistence and Its Diminishing Returns. *International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 19*
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Harisson JS, 2009, The Resource Creation System and Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, Vol. 18: pp. 01-14
- ISO 26000 - Social responsibility, 2013,
<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
(diakses tanggal 21 desember 2013)
- Kahre MS, H Ahmadi, dan A Hashemi, Achieving competitive advantage through empowering employees: An empirical study, *Far East Journal of Psychology and Business* Vol 3 No 2 May 2011
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler. Philip (2006). *Manajemen pemasaran*, jilid II, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia
- Lamba. A, J, (2003). *The art of retailing*, international edition, Tata Mc Graw Hill Publishing Company.

- Levy and Weitz, *Retailing Management*, 7th edition. New York : McGraw-Hill, 2009
- Lukviarman N, 2004, *Etika Bisnis Berjalan di Indonesia; Ada Apa Dalam Corporate Governance?*, JSB No. 9 Vol. 2, desember 2004
- Meryana E, 2013, Jumlah Toko di RI Terbesar Kedua Dunia,
<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/03/15/12333392/Jumlah.Toko.di.RI.Terbesar.Kedua.Dunia> (diakses tanggal 26 juli 2013)
- Program CCS (Children, Community dan Supplier), 2013,
<http://www.hypermart.co.id/program-ccs-children-community-dan-supplier.aspx> (diakses tanggal 2 november 2013)
- Purnama N dan H Setiawan, 2003, *Analisis Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia*. JSB No. 8 Vol. 2, desember 2003
- Rumah CSR, 2013, <http://www.rumahcsr.co.id/berita/188-comrel/1022-jalankan-csr-indomaret-renovasi-kelompok-bermain-di-samarinda-seberang> (diakses tanggal 2 november 2013)
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, 2006, *Strategic Management and Business Policy - Concepts and Case*, Pearson - Prentice Hall.
- Tirta N. Mursitama, M. Fadhil Hasan, Iman Y. Fakhruddin (2011).
Corporate social responsibility (CSR) di Indonesia : teori dan implementasi. Jakarta : Institute for Development of Economics and Finance.
- Saeednia H dan S. Shafeiha, 2012, Investigation The Link Between Competitive Advantage & Corporate Social Responsibility From Consumer's View. *International Journal of Economics and Business Modeling*.

ISSN:0976-531X & E-ISSN:0976-5352, Volume 3, Issue 2, 2012, pp.-177-182.

Saidi, Zaim dan Hamid Abidin (2004), *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Jakarta: Piramedia

Suharto E, 2008, *Menganggagas Standard Audit Program CSR*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februar

Supranoto M, 2009, *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran* (Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang). Thesis: Universitas Diponegoro Semarang

Taleghani M, N Delafrouz, SMS Tonekaboni, 2012, *Investigation of Corporate Social Responsibility's Effect on Industrial Brand Performance in Industrial Markets*. J. Basic. Appl. Sci. Res., 2(10)10598-10606, 2012

Utami, 2006. *Manajemen Ritel. Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Salemba Empat.

Vaaland, Terje I.; Heide, Morten; and Grønhaug, Kjell (2008), “*Corporate Social Responsibility: Investigating Theory and Research in The Marketing Context, European,*” *Journal of Marketing*, Vol. 42, No. 9/10, 927-953.

Wisnoentoro, 2013, Perusahaan Sekelas Apakah yang Berkewajiban Mengeluarkan Dana CSR, <http://m.republika.co.id/berita/csr/tanya-jawab-csr/11/11/02/lu10s8-perusahaan-sekelas-apakah-yang-berkewajiban-mengeluarkan-dana-csr> (diakses tanggal 12 september 2013)

Xia L, K B. Monroe, dan JL. Cox, 2004, The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. *Journal of Marketing* Vol. 68 (October 2004), 1–15

Yulin, 2012, Penerapan Program CSR Untuk Meningkatkan Perilaku
Pembelian Konsumen Ritel.
*[http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article
/view/344](http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/344)* (diakses 26 september 2013)